Zoom Vélodyssée®

Vélodyssée : Premiers pas le 30 juin

L'Atlantique en roue libre

Ce nouvel itinéraire exceptionnel de **1256 km,** partie française de l'Eurovéloroute n°1, exclusivement réservé au vélo longe la côte atlantique de Roscoff à Hendaye via la Charente-Maritime du Pont du Brault à Royan (La Rochelle, Rochefort, Marennes).
CMT participe activement depuis 2 ans à la réalisation de cette opération d'envergure européenne et a mis en place toute une organisation sur le département qui permet aujourd'hui de compter près d'une cinquantaine de professionnels labellisés **Accueil Vélo** offrant des services dédiés aux itinérants. La réussite de cette première série de labellisation conformément à la charte de qualité nationale est le résultat d'une forte mobilisation et de la collaboration efficace du Conseil général et de CMT avec les partenaires sur le terrain : Les Pays, l'UDOTSI, les Offices de Tourisme, les 2 CCI, la FDHPA, le Relais des Gîtes de France, la DIRECCTE et l'AF3V (Association Française des Véloroutes et Voies Vertes).
La Vélodyssée est **accessible à tous**, à tous les rythmes, pour une journée de balade ou des vacances itinérantes et présente un potentiel rare d'itinéraire à vélo en France, pour les clientèles françaises et étrangères.

Plus d'informations sur www.lavelodyssee.com, www.en-charente-maritime.com et www.charente-maritime.fr

Questionnaire de Proust

Rencontre avec Raymond MOREAU

Président de la Fédération Départementale de l'Hôtellerie de plein air

Propriétaire du camping familial « Au Port Punay » qu'il dirige depuis 1999, Raymond Moreau est aussi président de la Fédération Départementale de l'Hôtellerie de plein air, de l'association Nature Océan depuis 2001, vice président de la Fédération Régionale de l'Hôtellerie de plein air, trésorier de Charente-Maritime Tourisme, membre de plusieurs commissions et de plusieurs Conseils d'Administration. Vous l'aurez compris un homme très présent dans la vie associative de la Charente-Maritime.

Quels sont vos principaux traits de caractère ?
Je suis tenace, exigeant, sincère mais aussi à l'écoute, confiant dans l'avenir et avide de partage.

Quel est votre hobby préféré ?
J'aime découvrir de nouveaux horizons, de nouvelles cultures, prochaine étape l'Inde.

Votre rêve de bonheur ?
Partir à l'aventure, explorer et découvrir.

Quelle est la couleur que vous préférez ?
Le noir et le bleu.

Quels sont vos héros favoris ?
Je suis fan de films policiers, j'aime les acteurs qui ont du vécu comme Olivier Marchal.

Votre auteur favori ?
Victor Hugo et en particulier Les Misérables.

Quel est votre endroit préféré ?
Châtelaillon-Plage et le Canada où se mêlent grandes étendues de nature et sentiment profond de liberté.

La réalisation dont vous êtes le plus fière ?
La réhabilitation de mon camping après la tempête Xynthia ainsi que le partenariat créé entre la Fédération Départementale de l'Hôtellerie de Plein Air et les institutionnels.

Pour vous, qu'est-ce qu'évoque la Charente-Maritime ?
Cela m'évoque la diversité des atouts, un territoire entre nature et océan.

Votre devise personnelle ?
Ne vous souciez pas de ne pas être remarqué, souciez-vous de faire quelque chose de remarquable.

CMT MODE D'EMPLOI

Nous contacter :
Afin de répondre au mieux à vos attentes CMT a mis en place une ligne dédiée réservée aux professionnels et élus de Charente-Maritime : **05 46 31 76 38**

En savoir plus :

- **PÔLE ADMINISTRATION-FINANCES-RESSOURCES :**
  karine.albert@en-charente-maritime.com
- **PÔLE OBSERVATOIRE-INGÉNIERIE :**
  Observatoire - Tourisme et Handicap - Règlementation - Labellisation
  stephane.donnat@en-charente-maritime.com
- **EXPERTISE CONSEIL :**
  veronique.marchand@en-charente-maritime.com
- **PÔLE COMMUNICATION ET MARQUE :**
  Communication - Editions - Evénementiel - Marketing
  cecile.triballier@en-charente-maritime.com
- **PRESSE :**
  Accueils presse - Communiqués
  francoise.tetard@en-charente-maritime.com
- **PÔLE INTERNET ET SYSTÈMES D'INFORMATION :**
  Internet / Webmarketing - Opensystem - Plateforme e-tourisme
  gallic.guyot@en-charente-maritime.com
- **PÔLE MISE EN MARCHÉ-COMMERCIALISATION :**
  annelise.philippe@en-charente-maritime.com
- **VOTRE ESPACE PRO :**
  www.pro.en-charente-maritime.com

Le Mag Pro est édité par **Charente-Maritime Tourisme**
Maison de la Charente-Maritime
85 bd de la République - 17 076 La Rochelle Cedex 9
Fax 05 46 31 71 70
E-mail : info@en-charente-maritime.com
www.en-charente-maritime.com
Directeur de la publication : Stéphane Villain
Création graphique et conception éditoriale :
www.cadransolaire.fr
Dépôt - ISSN 2115-9491
Imprimerie Rochelaise - PEFC 10-31-1240

la Charente Maritime

La Charente Maritime "ma préférence"

Charente Maritime Tourisme

Le Mag Pro

N°5 – juin 2012

buzz

Ouvert en 1997, le chantier de l'Hermione a accueilli plus de 3.5 millions de visiteurs, de nombreux journalistes et téléuisions.

sommaire

PARTENARIAT ÉDITEURS

GRANDS RENDEZ-VOUS ET NOUVEAUTÉS

LES EAUX DE BAIGNADE, L'AFFAIRE DE TOUS

CLÉVACANCES EN CHARENTE-MARITIME

VOTRE ESPACE PRO :
WWW.PRO.EN-CHARENTE-MARITIME.COM

RETROUVEZ-NOUS SUR

la Charente Maritime

enjeux

De nombreux événements festifs et culturels marquent la saison estivale 2012. Par leur diversité, ils contribuent à animer la vie de notre département et à renforcer l'attractivité de la Charente-Maritime. Les clientèles touristiques, qui apprécient notre cadre de vie, la richesse de notre patrimoine et la qualité de l'accueil qui leur est réservé, cherchent aussi, de plus en plus, des activités et des loisirs enrichissant (et parfois allongeant) leur séjour.

Le Département est le partenaire, voire l'acteur, de toutes ces manifestations et de toutes ces animations : l'ouverture de la Vélodyssée ; le Festival international du film de La Rochelle ; le Festival de Saintes et ses « surprises musicales » ; les Francofolies ; mais aussi la Fête de l'estuaire autour du site du Fâ, à Barzan ; le Jumping international de Royan, et les Sites en Scènes, qui vous donnent rendez-vous dans 20 sites d'exception. Rendez-vous sont également donnés dans nos Villages de pierres et d'eau et dans notre réseau de Pôles-nature et de sites de découverte (Paléosite, Cité de l'Huître…).

En « tête d'affiche », il y a bien sûr, « L'Hermione » mise à flot pour sa première sortie sur la Charente le 6 juillet. « L'Hermione » dont le Département a soutenu la belle aventure, des études préparatoires à la finition de la coque. « L'Hermione », qui symbolise à la fois notre capacité à entreprendre et à innover et notre culture de l'ouverture et de l'aventure.

Cette saison 2012, que chacun et chacune de vous travaille à rendre la plus agréable possible pour tous ceux qui choisissent la Charente-Maritime, ne pouvait rêver plus beau lancement !

Dominique BUSSEREAU,
Président du Conseil général de la Charente-Maritime,
Député, Ancien Ministre

Lorsque vous lirez ce cinquième numéro du Mag Pro, notre saison estivale débutera. Si nous espérons tous des conditions climatiques plus favorables qu'en 2011, il est en revanche une certitude : celle que la Charente-Maritime déploiera, en cette période, tous ses atouts pour recevoir au mieux nos visiteurs. Les professionnels du tourisme et le personnel des Offices de Tourisme, les associations, les bénévoles et les collectivités seront sur le pont pour proposer de nombreuses manifestions culturelles et sportives et déjà, Charente-Maritime Tourisme travaillera à son plan d'actions 2013 !

Vous découvrirez également à lecture de ce Mag Pro, une actualité particulièrement riche sur ces dernières semaines pour Charente-Maritime Tourisme : la sortie du Guide Hachette « Sur la route du Vignoble du Cognac », le lancement de la Vélodyssée, la mise en ligne d'un dispositif Internet consacré à la qualité des eaux de baignade, la version 2 de notre site Internet en-charente-maritime.com, sans oublier notre Assemblée générale à laquelle vous avez été nombreux à assister.

En cette période de forte compétition pour les marchés touristiques, sachons, ensemble, fidéliser mieux qu'ailleurs tous les clients qui ont choisi notre magnifique département ! C'est bien là tout le sens de la marque Charente-Maritime «Ma Préférence » !

Excellente saison estivale à toutes et tous !

Stéphane VILLAIN,
Président de Charente-Maritime Tourisme

Dossier

PARTENARIAT ÉDITEURS

Dans un univers touristique marqué par une concurrence accrue entre les destinations, être identifié passe par plus de visibilité. La Charente-Maritime a choisi d'intensifier sa présence en terme de communication, notamment sur le marché français qui représente son tout premier potentiel de clientèle.
La conjoncture actuelle, marquée par une crise économique de grande ampleur, conforte cet impératif.

Ainsi le partenariat avec des éditeurs de guides à forte notoriété a été intégré dans la stratégie de communication de CMT. Depuis 2007, des collaborations régulières avec différents éditeurs ont permis la parution des titres suivants :

2007 / Audio-guide du Routard - *Editions Hachette*
Premier guide du Routard départemental édité par Hachette en format MP3

2008 / Lancement du Guide Vert Michelin
Premier guide Vert entièrement consacré à un département du littoral français

2009 / Lancement du guide Evasion en France - La Charente-Maritime
Dans cette nouvelle collection, consacrée à la France, la Charente-Maritime a été le 1er département de la façade atlantique à disposer d'un guide Evasion dédié.

2010 / Parution du Guide Evasion, la Charente-Maritime à vélo
À nouveau, un premier titre dans une nouvelle collection lancée par l'éditeur.

2012 / Parution du guide Hachette « Sur la route du vignoble du Cognac »
Réalisé en partenariat avec l'ADT Charente, 4ème titre de la collection Route des Vins. Un outil qui conforte les actions partenariales «Expérience Cognac».

Dernier né :
le guide Hachette 2012

Sémaphore

Grands rendez-vous et nouveautés

• Course Royan-Giron

Départ le **4 Août** de cette régate hauturière qui rallie chaque année Royan à Giron dans la Principauté espagnole des Asturies.
www.royan-tourisme.com

• Sites en scène

20 sites, 67 spectacles, 900 artistes et compagnies, 480 000 spectateurs attendus pour un été très festif.
À noter les 25ème éditions des Violons sur le Sable et Musique en Ré
www.charente-maritime.fr

• Grand Pavois

Le 1er salon nautique à flot de France fêtera cette année sa quarantième édition
www.grand-pavois.com

• Atlantica

Pour la 15ème édition du salon Atlantica, incontournable rendez-vous des professionnels de l'hôtellerie de plein-air, la FDHPA17 accueillera le 38ème Congrès FNHPA
www.salon-atlantica.com

• Jardins du Monde

Réouverture du site avec des nouveautés à la clé, création d'une roseraie, jardin bio, jardin avec plantes aromatiques, nouvelles animations...
www.jardinsdumonde.com

• Pour fêter ses 30 ans, le **Musée du Nouveau Monde** (La Rochelle), consacré aux relations de la France avec les Amériques, propose une programmation festive et originale.

• Les Arabesques de Saint-Savinien

Exposition extérieure de 130 œuvres pour une découverte insolite de l'un des plus beaux villages de Pierres et d'Eau de Saintonge.
www.lesarabesques.org

• Complot à la Corderie avec l'Epervier

Smartphone en main, les visiteurs vont pouvoir faire équipe avec un héros de BD pour déjouer les sabotages qui menacent l'Arsenal de Rochefort
www.corderie-royale.com

• Pass Touristiques du SYMOD

À conseiller sans modération, combinés alliant transports publics et visites à tarifs préférentiels pour une politique de mobilité et de tourisme plus respectueuse de l'environnement
http://tourisme.passprtout17.org

• Parution du guide commun **« La Route des Métiers d'Art »** et **« Les Clés du Patrimoine »** sur l'Ile de Ré.
Retrouvez également les professionnels des Métiers d'Art sur **www.metiersdart-charente-maritime.fr**

• Nouvelle **navette Oléron – La Rochelle**
50 minutes de traversée sur un navire rapide
www.oleron-larochelle.com

• Bienvenue à **Anne Forest**, **nouvelle directrice** de l'office municipal de tourisme de Saint-Georges-de-Didonne et **Julien Vrignon**, responsable du projet d'office de tourisme de pôle du Pays d'Aunis.

Les avantages clés :

- Intégrer un **réseau de distribution de premier plan**, très bien représenté au niveau national.
- Disposer d'un support innovant répondant aux nouvelles **attentes des consommateurs**.
- Bénéficier du **savoir-faire**, du professionnalisme et de la renommée d'éditeurs nationaux.
- **Diversifier les supports de valorisation** et de promotion de la Charente-Maritime, afin de s'adresser à une autre typologie de clients.
- **Cibler des clientèles** de niches dans le cas de guides thématisés (vélos, oenotourisme…).
- **Optimiser la communication sur l'offre touristique de l'ensemble de notre territoire**, et rappeler qu'au-delà des lieux emblématiques et des sites incontournables, la Charente-Maritime foisonne de richesses et de curiosités qui en font, incontestablement, une **destination des quatre saisons**.
- Donner de la **cohérence à l'image véhiculée** du fait de la coopération éditoriale
- **Bénéficier des retombées médiatiques nationales** du lancement de nouvelles collections dans le cas de 1ère parution.

Ça bouge dans l'hôtellerie

• Hôtel Accostage à La Rochelle
Entièrement rénové, un petit hôtel tout beau, tout neuf, près du Casino, à deux pas du centre-ville
www.accostage-hotel.fr

• Hôtel du Commerce à Saujon
Réouverture de l'hôtel du Commerce après une rénovation complète
http://hotel-saujon.com

• P'tit Dèj hôtel à Sainte-Marie-de-Ré
Un établissement convivial et économique au cœur des vignes
www.ptitdej-hotel-iledere.com

• Auberge de jeunesse de Rochefort
Installée dans des bâtiments entièrement réhabilités, la nouvelle Auberge de jeunesse propose 25 chambres dans un environnement idéal en bord de Charente.
www.fuaj-aj-rochefort.fr

• Best western hôtel des Cleunes à St Trojan
Premier hôtel de l'île d'Oléron a être détenteur de l'Ecolabel Européen
www.hotel-les-cleunes.com

Assemblée Générale RN2D : le réseau se retrouve

C'est en Charente-Maritime (et en Deux-Sèvres) que le Réseau National des Destinations Départementales qui regroupe les 96 Agences de Développement Touristique (ADT, ex CDT), a choisi de réunir ses membres pour la tenue de son Assemblée Générale les 4, 5 et 6 juillet derniers. CMT a ainsi veillé à une organisation sans faille, à la hauteur de notre destination.

Réseau National des Destinations Départementales

espace digital

■ PLATEFORME E-TOURISME : ZOOM SUR LES MINI SITES !

CMT poursuit depuis 2010, en partenariat étroit avec les Offices de Tourisme, le développement d'une plateforme e-tourisme globale. Ce nouvel outil, unique en France, va notamment permettre une mutualisation des contacts clients avec les OTSI ou encore la mise à disposition de **modèles de sites internet pour tous les professionnels du tourisme**. Cette plateforme comprend également un module d'informatique décisionnel qui permettra une analyse fine des ventes opérées via la solution de réservation en ligne et qui sera un outil précieux pour le choix des actions marketing à conduire.

■ ZOOM SUR LES MINI SITES À DESTINATION DES PROFESSIONNELS

12 mini sites ont été réalisés (ou sont en cours de réalisation) par les Offices de Tourisme via un accompagnement gratuit de CMT.

A titre d'exemple :

Office de Tourisme de Mornac-sur-Seudre
www.mornac-sur-seudre-tourisme.fr

Office de Tourisme de Saint-Denis-d'Oléron
www.saintdenisoleron.fr

Ces mini sites sont conçus sur la base de modèles préalablement définis et intègrent notamment des modules de la plateforme e-tourisme : formulaire de contact en lien avec la gestion de la relation client, module de vente en ligne « open system », météo à 3J,…

À noter :
Début octobre 2012, ils pourront être proposés à l'ensemble des professionnels du tourisme Charentais-Maritimes.

■ WWW.EN-CHARENTE-MARITIME.COM : LA V2 EST EN LIGNE!

Découvrez la nouvelle version de notre site vitrine et son lot d'innovations : ergonomie repensée pour un meilleur accès à l'information, moteur de recherche intelligent, carnet de voyage sur mobile, …

COMPTEUR

Au 28 juin, le volume d'affaires 2012 de l'Open System s'élève à 901 360 €.

899	358
900	359
901	**360**
902	361
903	362

espace marque

■ NOUVEAU SITE MARQUE WWW.MA-PREFERENCE.FR

Dans le cadre de sa stratégie de marque, CMT s'attache à optimiser les outils et services permettant le partage et la diffusion de la marque ombrelle « La Charente Maritime Ma Préférence ». Ainsi, en complément du nouveau guide de la marque, diffusé récemment à l'ensemble des acteurs touristiques, le site www.ma-preference.fr a fait l'objet d'une refonte générale (présentation des valeurs de la marque, **kits marque pour le print et le web, estampille, bannières, animations, DVD photos et vidéos….** sont à disposition pour les supports de communication des acteurs de la filière).

■ GRANDS PRIX « MA PRÉFÉRENCE », CLAP 2ÈME

Ne tardez pas à tenter votre chance en participant à cette deuxième édition, afin de faire partie des lauréats 2012.

Créés afin de valoriser les professionnels les plus remarquables, en matière d'Innovation, de Communication, de Développement Durable ou d'Investissement, les Grands Prix représentent une formidable opportunité de promouvoir votre offre.

Les lauréats bénéficieront d'une communication personnalisée sur l'ensemble de l'année 2013**.**

Limite d'envoi des dossiers : 31 juillet

■ DÉCLIC SAISON 2012

Plus de **150 professionnels** ont participé à notre rendez-vous du 4 avril à St-Savinien. Les acteurs du tourisme ont pu se rencontrer et diffuser les nouvelles éditions pour accueillir les vacanciers de Pâques dans les meilleures conditions. Près de **160 000 brochures** ont ainsi été distribuées aux offices de tourisme dont la Carte touristique et le nouveau Passeport découvertes.

■ PACK « AMBASSADEUR MA PRÉFÉRENCE »

Les partenaires de CMT contribuent directement à la qualité de l'accueil et à la bonne réputation de la Charente-Maritime. Afin de faciliter ce rôle d'ambassadeur, CMT a diffusé auprès de ses partenaires un pack « **Ambassadeur Ma Préférence** ».

Editions, objets de promotion, autocollants… autant d'outils qui diffusent notre marque commune et témoignent de l'attention apportée à nos clientèles.

BOITE À OUTILS

Pavillons, autocollants, sacs, et bientôt tee-shirts… CMT a décliné une gamme de supports promo aux couleurs de la marque. Présentation des offres et bons de commande en ligne sur notre site pro : **www.pro-en-charente-maritime.com** (Espace Communication)

Open source

Rencontre avec Guy Raffour

Expert e-tourisme

On parle beaucoup d'e-tourisme : est-ce devenu incontournable ?

Internet, fixe ou mobile, crée de nouvelles «infomédiations», de nouvelles manières d'intermédier l'offre et la demande touristique. L'e-tourisme est en croissance continue, que ce soit pour la recherche d'informations, la communication, l'expression et les transactions. Il représente à lui seul plus de 30% de la valeur du e-commerce en France en 2011. Le montant des ventes entièrement réalisées sur internet en e-tourisme représente près de 11 milliards d'□, tous acteurs confondus et nous évaluons à 15 milliards d'□ le montant généré par la recherche en ligne avec notamment l'augmentation des ventes directes des acteurs touristiques de l'hébergement, des activités de loisirs et récréatives, des parcs de loisirs, des transports, du patrimoine… En ligne, on peut créer une continuité entre information, communication et transaction, ce qui est impossible dans la communication non interactive.

À quelles évolutions peut-on s'attendre dans les prochaines années ?

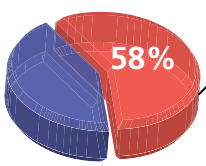
Toujours de la croissance car, pour les nouvelles générations Internet, est devenu indispensable, un phénomène accentué par l'accès à Internet via les smartphones, téléphones, tablettes et la généralisation d'accès wifi.

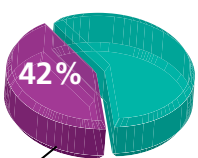
Cœur de cible

L'Internet et le voyage

17 millions de Français ont préparé tout ou partie de leur séjour sur internet, soit **58% des Français partis**

(Source : Baromètre annuel Raffour 2012)





12,5 millions ont réservé ferme, soit **42% des Français partis**

(Source : Baromètre annuel Rapport 2012)

Pour les e-touristes, le voyage virtuel précède le réel. Dès la première connexion, la destination vit en ligne et «invite au voyage» avec la présentation des évènements, festivals, manifestations, vecteurs essentiels des déplacements et de la consommation touristique locale à fort potentiel économique. Nous constatons un nouveau communautarisme virtuel avec la publication sur les réseaux sociaux par l'e-touriste de photos, vidéos et commentaires suivants le séjour. Les avis et recommandations des touristes font désormais partie intégrante de l'information touristique préalable à un séjour.

Aujourd'hui, une destination peut mettre la totalité de son offre en valeur via la diffusion numérique et multimédia, jusqu'à créer plus d'une centaine de thématiques qui seront autant de «niches» à valeur ajoutée qui trouveront leur public ciblé.

Charente Maritime Tourisme, via la création d'un système d'information touristique partagé avec les professionnels, cohérent et pérenne, s'inscrit en tant qu'infomédiaire incontournable et performant vis à vis des touristes intéressés à séjourner dans ce beau département.

Voir la rubrique «Etudes» du site www.raffour-interactif.fr

• **Le 26 juin dernier** s'est tenu à Paris la conférence annuelle du Cabinet Guy Raffour sur les tendances du e-tourisme.

Cette année CMT faisait partie des intervenants experts de référence.

Les internautes consultent des sites qui respectent les aspects suivants :

- informations actualisées et pratiques, présentées de façon segmentées par profils ou par activités ;
- réponses rapides aux sollicitations : par e-mail, formulaires, chats…
- engagements vis-à-vis d'offres et de valeurs vérifiables

GRAND JEU CONCOURS PHOTOS « MES SOUVENIRS DE VACANCES »

Du 6 juin au 30 septembre 2012

Un jeu qui permettra aux visiteurs de poster sur internet leurs plus beaux clichés de vacances et également de créer des photos virtuelles personnalisées.

CMT a proposé aux acteurs touristiques le souhaitant de promouvoir ce grand jeu sur leur site Internet. Chaque semaine les plus belles photos seront valorisées sur les réseaux sociaux et les gagnants finaux seront élus par un jury composé de professionnels du tourisme.

À gagner : Appareil-photo et séjours en Charente-Maritime.

Cette action a pour objectif de recruter des contacts de clients ayant séjourné en Charente-Maritime, et de partager les contacts avec les partenaires relayant le jeu en vue d'actions de marketing relationnel et de fidélisation futures.

www.photos-de-vacances.fr

espace commercial

■ L'ANIMATION COMMERCIALE DE L'OPEN SYSTEM EST LANCÉE !

Grâce à de nouvelles pages web créées pour séduire nos clientèles à chaque moment clé de l'année, **Charente-Maritime Tourisme relaie de manière dynamique et gratuite les offres des prestataires volontaires.**

• **110 offres valorisées** (campagnes Pâques, Printemps, Fêtes des Mères) dont 90% pointant sur les 985 prestataires présents dans l'Open system

• **Un système souple et sans contrainte :** les offres sèches ou packagées de l'Open system peuvent être mises en ligne mais aussi vos offres de dernière minute, vos promos et vos actus.

• **Nos cibles principales ont été conquises :**

> **50 %** de couples,

> **25 %** de familles

> **25 %** petits groupes d'amis

> **89 %** des internautes poursuivent leur navigation dans nos pages thématiques, sur le site pilier ou le site resa.

C'est signe qu'ils sont séduits !

CONSEIL PRO

Héléna BARRAUD
Chargée de mission e-réservation

Un prestataire qui n'a pas de site perd 82 % de ses clients potentiels

(source : Raffour Interactif 2011)

20 % des habitués venus en hébergement marchand en Charente-Maritime auraient réservé et payé en ligne si le service était proposé

(Source : Observatoire 17)

Deux chiffres qui illustrent l'extrême nécessité d'e-positionner et e-commercialiser vos prestations grâce aux **outils gratuits** proposés par Charente-Maritime Tourisme en partenariat avec les Offices de Tourisme.

espace presse

■ DOSSIERS DE PRESSE

> Médiatour de proximité

CMT a proposé à tous ses partenaires, sur l'ensemble des territoires, une campagne de relations presse en avant saison touristique, à destination des **marchés de proximité,** autour d'un message convivial et informatif quant à l'année touristique 2012 dans le département.

Pour ce Médiatour, une invitation « séduction » et un dossier de presse ont été réalisés. Le dossier de presse mettait en avant les atouts du département et l'agenda de rendez-vous : nouveautés à découvrir, incontournables à redécouvrir, calendrier des événements et le grand événement tant attendu, la mise à flot de la coque de l'**Hermione** le 6 juillet sur le site de l'arsenal royal de **Rochefort**. Des voyages de presse ont été proposés aux journalistes, des accueils sont d'ores-et-déjà envisagés.

> Les revues de presse, échos directs des accueils de journalistes

Le nombre des accueils de presse, en ce qui concerne les médias français, a augmenté en 2011 de **52 %** par rapport à l'année précédente.
L'ensemble de ces accueils a donné lieu à des reportages qu'ils émanent de la presse écrite, radiophonique ou télévisuelle. Le décalage de dates entre la venue des journalistes et la publication ou diffusion des reportages peut être de plusieurs mois, voire d'une année.

Extrait des publications de 2011 et de début 2012 pour ce qui concerne la presse écrite.

Les revues de presse sont disponibles pour consultation, en s'adressant au service presse.

Zoom

LES EAUX DE BAIGNADE, L'AFFAIRE DE TOUS

En tant que destination balnéaire de référence, la Charente-Maritime se doit d'être attentive à la qualité de ses eaux de baignade. Ce capital commun est encadré par la nouvelle directive européenne (2006/7/CE), transposée en droit français par la loi sur l'eau du 30 décembre 2006. Elle renforce les obligations des élus disposant d'une zone de baignade.

Elle impose notamment la création de profils de baignade : identification des sources et flux de pollution pour envisager leur gestion.

4 nouvelles normes de classement des plages seront applicables dès 2013 (qualité excellente, bonne, suffisante ou insuffisante).

Cette loi oblige également les communes à mettre en place des **actions de communication.**

L'application de cette nouvelle règlementation constitue une **opportunité pour CMT et ses partenaires de proposer de nouveaux outils adaptés aux demandes des consommateurs.**

Dès juillet, un site internet dédié (pour préparer le séjour) et une application mobile (pour accéder aux informations sur place) seront disponibles pour le public. Un widget (module insérable dans les sites et applications mobiles) avec un bulletin météo téléchargeable sera à la disposition des professionnels.

Vous avez dit label ?

CLÉVACANCES EN CHARENTE-MARITIME

Le Label et La Qualité : mode d'emploi

« La qualité, c'est l'ensemble des caractéristiques d'un produit ou d'un service qui lui confère l'aptitude à satisfaire les besoins exprimés ou implicites ». Cette définition est communément admise par l'ensemble des professionnels et nos professions.

En ce sens, le label doit :

- permettre au client de se repérer au sein d'un environnement concurrentiel ;
- susciter une notoriété spontanée ;
- garantir une qualité stable et constante du produit ;
- devenir une référence en matière de consommation et un outil de fidélisation.

Cléuacances en France

31 000 hébergements dont **25 000 locations** et **6 000 chambres d'hôtes.**

Clévacances est **le second réseau commercial** de location, derrière Gîtes de France.

Tous les aspects règlementaires de cette loi dans notre Cahier spécial

La réussite de ce projet repose largement sur l'engagement de tous :

• Une mise à disposition des données réglementaires de l'**Agence Régionale de Santé** : proposer une information officielle, homogène et actualisée sur la qualité des eaux et les équipements des plages.

• Une convention de partenariat a également été signée avec le **Service Départemental d'Incendie et de Secours :** récupération quotidienne des résultats de relevés effectués par les maîtres nageurs sauveteurs (MNS)

• Les **Office de Tourisme** concernés sont associés par le biais de l'UDOT SI : alimentation de l'Extranet Départemental d'Information Touristique avec les données communiquées par les MNS.

• L'**Association des Maires** travaille conjointement avec CMT pour sensibiliser les Maires des communes concernées.

• Mutualiser les outils existants, vulgariser l'information au public, prévenir certains risques (informations actualisées sur l'état de la mer) et faire de cette transparence un argument marketing constituent les principaux objectifs de CMT et de ses partenaires sur ce projet.

www.charente-maritime-plages.com

Objectif : garantir et promouvoir un logement de qualité répondant aux critères de la Charte de Qualité Clévacances.

Cléuacances en Charente-Maritime

En 2011 :

- Nombre de meublés labéllisés : **108**
- Nombre de chambres d'hôte labéllisées : **55**
- Nombre de propriétaires : **81**

De nouvelles orientations pour Cléuacances

La réussite du développement du réseau Clévacances en Charente-Maritime, nouvelle version, dépend de l'engagement et du nombre de propriétaires dans la **dynamique du réseau départemental**. C'est notamment pour cette raison, qu'un Comité de pilotage composé de propriétaires, a été crée pour accompagner CMT dans les prises de décisions stratégiques et donner au label une nouvelle ambition ! Tous les meublés souhaitant rejoindre le réseau Clévacances bénéficieront d'un **réseau de commercialisation renommé** à l'échelle nationale, seule obligation, selon la stratégie arrêtée par CMT en matière de classement, **l'obtention du classement préfectoral**. Nouveaux tarifs d'adhésion au réseau Clévacances Charente-Maritime disponibles dès juillet 2012.

espace promotion

■ TOURISME ET HANDICAP

Une offre de qualité, des outils adaptés, une communication ambitieuse. Avec plus de **250 prestataires labellisés**, la Charente-Maritime est le **1er département français** pour le nombre de sites labellisés Tourisme et Handicap...

Notre site Internet **www.handicaps-charente-maritime.com** a été entièrement retravaillé en 2011 pour valoriser la richesse de l'offre et faciliter, pour les clientèles concernées, l'organisation de leur séjour dans notre département, en termes d'hébergement et de pratique des activités de loisirs.

Un dépliant Tourisme et Handicap a été édité par CMT à **20 000 exemplaires**.

CMT a souhaité engagé un plan de communication pertinent pour valoriser ces deux supports.

Après refonte du site, il s'avère indispensable d'augmenter sa visibilité auprès du public handicapé qui présente des besoins spécifiques et auxquels nous savons répondre, notamment grâce au travail de **Jacqueline ALZY notre conseillère en séjours adaptés**. CMT a lancé une campagne promotionnelle sur Internet pour optimiser le référencement du site, l'objectif fixé étant d'apparaître en tête de résultats des moteurs de recherche. A ce jour, le site Internet renvoie automatiquement vers tous les professionnels qui disposent d'un site Internet. Chaque professionnel est aujourd'hui sollicité pour, qu'à son tour, s'il ne l'a pas encore fait, il puisse créer un lien, de son site vers le site **www.handicaps-charente-maritime.com**.

Le dépliant fait actuellement l'objet d'un large plan de diffusion auprès des acteurs du handicap (maisons du handicap, associations et foyers d'hébergement de personnes handicapées).

CONSEIL PRO

Emmanuel BECK
Conseiller-Évaluateur Tourisme et Handicap

Au préalable d'une demande de labellisation, il est nécessaire de faire réaliser par un bureau d'audit, un diagnostic d'accessibilité et de faire classer en Préfecture son hébergement. Pour ensuite faire labelliser votre hébergement, un conseiller-évaluateur est à votre disposition pour vous accompagner durant la phase de création du projet. Vous pourrez par la suite, profiter d'une communication ciblée sur le site dédié www.handicaps-charente-maritime.com

Télécharger le guide technique complet sur : www.handicap.en-charente-maritime.com